

2 宅配等事業実施状況調査

県内 CB 事業者のうち、宅配、移動販売、配食、庭先送迎等の買い物の利便性を高める事業を実施する者を対象に、アンケート調査及びヒアリング調査を実施した。

2.1 事業者アンケート調査

2.1.1 調査対象事業者の抽出

(1) 対象事業者の抽出方法

以下の方法・内容により、事業者アンケート調査の対象となる事業者（164 事業者）を抽出した。

表 2.1 事業者アンケート調査対象事業者抽出方法

項目	内容
抽出対象地域	千葉県内全域
抽出対象事業者	宅配、移動販売、配食、庭先送迎等、買い物の利便性を高める事業を実施する事業者（商店街等の組織も含む）
抽出方法	a) インターネット検索 ①千葉県 NPO 情報ネット ②コミュニティビジネスサポートセンターの情報活用 ③検索サイト（yahoo, google 等）でのキーワード検索 ④ i タウンページ（該当しそうな業種を千葉県で検索） b) 新聞記事検索（インターネット） c) 千葉県実施の自治体アンケートの情報 平成 22 年実施の「買い物弱者（買い物難民）に関する市町村アンケート」において市町村から寄せられた情報の整理

(2) 対象事業者の分類

抽出した全事業者を業種別に整理し、以下に示す。

表 2.2 業種別対象事業者数

業種	事業者数	業種	事業者数
民間事業者	45	道の駅	21
生活協同組合	33	市役所・町役場	4
NPO	32	社会福祉協議会	3
農業協同組合	21	その他	5
		計	164

(3) 対象事業者の地域分布

抽出した全事業者を千葉県の県庁・県民センターの所管区域別に整理し、以下に示す。

表 2.3 千葉県所管区域別対象事業者数

所管区域	区域内市郡	事業者数
千葉・市原	千葉市、市原市	20
葛南	市川市、船橋市、習志野市、八千代市、浦安市	26
東葛飾	松戸市、野田市、柏市、流山市、 我孫子市、鎌ヶ谷市	20
北総	佐倉市、四街道市、白井市、印西市、成田市、八 街市、富里市、印旛郡	19
香取	香取市、香取郡	8
海匝	銚子市、旭市、匝瑳市	2
東上総	茂原市、長生郡	8
山武	東金市、山武市、山武郡	3
夷隅	勝浦市、いすみ市、夷隅郡	30
南房総	木更津市、君津市、富津市、袖ヶ浦市	8
安房	館山市、鴨川市、南房総市、安房郡	15
その他	(本社等の拠点が県外にあり、県内の多地域に宅 配サービスを行っている事業者)	5
合 計		164

2.1.2 アンケート調査票の作成

調査目的を達成するため、以下の内容を含むアンケート調査票を設計・作成した。

ア) 事業主旨	イ) 組織形態	ウ) 財政状況	エ) 事業実施の成果・課題
オ) 行政等支援機関への要望			等

アンケート調査票の設計にあたっては、学識経験者の助言も踏まえて作成した。作成した事業者アンケート調査票を次頁以降に示す。

「買い物弱者支援策に関するアンケート調査」へのご協力のお願い

謹啓 時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

近年、バス路線の廃止、商店街の衰退、大型スーパーの閉店等により、日常の買い物が不自由となる問題が生じてきています(一般に、「買い物弱者問題」などと呼ばれています)。

かかる状況を踏まえ、千葉県商工労働部では、県内の買い物弱者の実態把握や対策の調査・研究を実施することといたしました。

このアンケートは、今後、買い物弱者支援の担い手として期待される事業者様等を対象にご協力をお願いしており、事業内容、事業実施上の課題などをお答えいただくものです。

お忙しいところ大変恐縮ですが、調査の趣旨をご理解の上、何卒ご協力をお願いいたします。

敬白

千葉県商工労働部 経営支援課

【調査対象】

買い物代行、配達、ネット販売、移動販売、送迎バス等移動手段の提供等のサービスを提供されている事業者様(インターネット等による事前調査により選定させていただいております)を対象にご協力をお願いしています。

【調査の方法について】

別紙のアンケートに差し支えない範囲でお答え下さい。

お忙しいところ大変恐縮ですが、アンケートは返信用の封筒にお入れいただき、3月2日(水)までに投函をお願いいたします。

なお、回収した調査票はその内容を集計・整理し、本年度末に報告書としてまとめる予定ですが、事業者様の個別情報に関しましては、許可なく公表することはありません。

また、一部の事業者様に対しては、後日、ご相談のうえヒアリングにお伺いさせていただく場合がございます。

【お問合せ先】

○アンケート全般についてのお問合せ先

千葉県商工労働部 経営支援課 商業・大型店室 担当：城之内
〒260-8667 千葉県千葉市中央区市場町1番1号
TEL 043-223-2824 FAX 043-227-4757

○アンケートの記入方法や回収等についてのお問合せ先(業務委託先)

株式会社総合環境計画 担当：小笠原、田中
〒135-0042 東京都江東区木場3-14-4 はが木場三ビル
TEL 03-5639-1951 FAX 03-5639-1540

買い物弱者支援策に関するアンケート調査 調査票

【ご記入方法について】

- ・ 選択肢のある質問は、該当する番号に○をつけて下さい。「その他」の選択肢を選ばれた場合は、その具体的な内容をご記入下さい
- ・ 記入欄を設けている質問については、記入欄に直接回答をご記入下さい。

● 貴社（事業所）の概要（プロフィール）に関する質問

問1 貴社（事業所）の概要について、差し支えない範囲で以下の表にご記入をお願いします。

貴社名・ 事業所名		電話番号 FAX 番号	() ()
所在地	〒		
主要営業内容 サービス内容			
上記のうち 買い物支援サ ービスに係る 営業内容 ※1)			
資本金	円	従業員数	人
年間売上高 ※2)	円 ※買い物支援サービスの割合 (%)	営業開始年月	(西暦) 年 月
ご記入者名	ご所属		

※1) 買い物代行サービス、宅配サービス、ネット販売、移動販売、送迎バス等移動手段の提供サービス等

※2) 売上高は差し支えなければご記入をお願いします（ご記入いただける場合は概算で結構です。また、売上高のうち買い物支援サービスの占める割合（%）を（ ）内にご記入下さい。

●買い物支援サービスに関する質問

問2 貴社（事業所）における買い物支援サービスの提供状況についてお答えください。（以下の選択肢のうち、現在提供しているサービス全てに○を付けて下さい。）

- ア) 買い物代行サービス（お客様の代わりに買い物を請け負うサービス）
- イ) 配達サービス（購入した商品を配達するサービス）
- ウ) インターネット・電話・FAX等で注文を受けて配達するサービス（ネットスーパー等）
- エ) 食料品・日用品等の移動販売
- オ) 送迎バスの運行等、店舗への移動手段の提供サービス（複数主体による運営も含みます）
- カ) 過疎地等の買い物困難地域において、食料品・日用品等の販売を行う小型店舗の運営
- キ) その他上記以外で「買い物弱者支援」に関わる事業（ ）
- ク) 買い物支援サービスは提供していない。

●ク) に該当する方は、問8（今後に関する質問）にすすんで下さい。また、過去に買い物支援サービスを提供していたが、現在はやめてしまった場合、下欄にやめた経緯などを差し支えない範囲で記入して下さい。

●ア)～キ) のいずれか1つでも該当する方は、次の問3にすすんでください。

【買い物支援サービスを過去に提供していたが、現在はやめてしまった経緯の記入欄】

問3 貴社（事業所）において買い物支援サービスを実施するにあたり、事業立ち上げ時に苦労した点や、工夫した点があれば、下欄にご記入ください。

【事業立ち上げ時に苦労した点】

【事業立ち上げ時に工夫した点】

問4 貴社(事業所)において提供している買い物支援サービスの事業理念や、重視・工夫していること、セールスポイントなどがあれば、下欄にご記入ください。

【事業理念】

【重視している点・工夫している点】

【セールスポイント・その他】

問5 貴社(事業所)において提供している買い物支援サービスの事業状況について、お答えください。
(あてはまるいずれかに○を付けた上で、理由として考えられることをご記入ください。)

- ア) うまくいっている。
- イ) うまくいっていない。
- ウ) どちらともいえない。

【うまくいっている理由】(一部のサービスがうまくいっている場合も含む)

【うまくいっていない理由】(一部のサービスがうまくいっていない場合も含む)

問 6 貴社（事業所）において提供している買い物支援サービスに関連して、利用している（または過去に利用した）支援制度や補助金等があれば、その内容について下表にご記入ください。

①制度・補助金等の名称	②制度・補助の具体的内容

問 7 貴社（事業所）において買い物支援サービス事業を展開する上で同業他社（事業所）、異業種や地元等との連携の可能性についてお答え下さい。（以下の選択肢のうち、あてはまるもの全てに○を付け、具体的に考えられる連携内容について具体的にご記入ください。）

ア) 同業他社（事業所）との連携の可能性はある
⇒ 具体的連携内容：

イ) 異業種や地元等との連携の可能性はある
⇒ 具体的連携内容：

※連携とは、例えば店舗が運送会社と連携して配達サービスを展開するなどの連携を指します。

●買い物支援サービスの今後の展望・要望等に関する質問

問 8 買い物支援サービス事業を展開する上での行政等に対する要望についてお答え下さい。（以下の選択肢のうち、あてはまるもの全てに○を付けて下さい。）

ア) 補助金制度
イ) 事業資金の貸付制度
ウ) 事業展開に関する助言や相談窓口の設置
エ) 事業マニュアルや手引書の配布
オ) 他の自治体や事業者などの先進事例・成功事例の紹介
カ) 住民ニーズ情報の提供
キ) 連携できる他の事業者情報の提供
ク) 買い物支援サービスを提供している事業者情報の広報
ケ) 地元住民による店舗やサービスの積極的な利用
コ) その他 ()

問9 買い物支援サービス、買い物弱者支援策等について、ご意見があれば自由にご記入ください。

●本アンケート結果の公表に関する質問

問10 本アンケートの結果は、千葉県商工労働部において、本年度末に報告書としてとりまとめるとともに、許可をいただいた事業者様に限り、下記のようなイメージの事業者情報（事業所紹介カルテ）を公表する予定です。つきましては、アンケート結果の公表等について、貴社（事業所）のご意向をお答えください。（以下の選択肢のうち、いずれかあてはまるものに○を付けてください。）

事業所カルテ	ア) 公表可	イ) 公表不可
--------	--------	---------

貴社（貴事業所）の紹介パンフレットなどをおつくりになっている場合、もし、よろしければ同封していただけると幸いです。
 なお、郵便物の重量超過による不足分は総合環境計画にて負担いたしますので、同封の返信用封筒（切手はそのまま）にてお送り下さい。

ご協力、ありがとうございました。

<事業所紹介カルテイメージ>

事業者名	NPO法人 ○○の会	
種別	NPO法人	
主な活動分野	まちづくり、地域活性化	
その他の活動分野	高齢者の生活支援、子育て支援	
設立趣旨/活動目的	地域住民の生活のために必要なサービスを総合的に提供する	
活動理念	を旨とする。	
沿革	<ul style="list-style-type: none"> - 発祥 - 創業のきっかけ - 活動展開の経緯 	
主な活動	高齢者の買い物代行・配達サービス、空き店舗経営ほか	
設立年	199X年(平成X年)	
活動エリア	千葉県○市、△△町	
所在地	千葉県○市●●町	
URL	http://www.**.co.jp	
主な事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ■高齢者への配達サービス ■買い物代行サービス ■空き店舗経営 	
買い物支援サービスの内容・特徴		写真等
アピールポイント		
組織構成	従業員数: 20名(うち買い物支援関連9名)	

2.1.3 アンケートの配布・回収

(1) 実施期間

事業者アンケートの配布・回収は全て郵送で行った。

- ・ 郵送配布日：平成 23 年 2 月 18 日（一斉郵送）
- ・ 回収期間：平成 23 年 2 月 21 日～平成 23 年 3 月 8 日

(2) アンケートの配布・回収

アンケートの配布は抽出された全 164 事業者に行った。

期限までに郵送回収したアンケート票は 164 事業者中 49 事業者（回収率 29.8%）となった。また、回収した事業者の業種毎の内訳を表 2.5 に示す。

表 2.4 事業者アンケート配布・回収状況

項目	内容
配布・回収方法	郵送配布・郵送回収
配布数	164 票
回収数	49 票（回収率：29.8%）

表 2.5 業種別対象事業者数

業種	事業者数	業種	事業者数
民間事業者	14	道の駅	12
生活協同組合	3	市役所・町役場	2
NPO	9	社会福祉協議会	1
農業協同組合	6	その他	2
合計			49

2.1.4 アンケートの集計・分析

(1) 集計・分析方法

回収されたアンケート結果について設問毎に集計し、集計結果について設問毎に分析・考察した。

なお、事業者アンケートに関しては、自由解答方式の設問が多いため、以下の方針でアンケートを整理・集計した。

- 選択式の設問はそのまま集計した。
- 自由回答については、貴重な情報が多く含まれているため、全体の傾向分析等を行うため、各項目においてカテゴリー分けを行い、集計を行った。

(2) アンケートの集計結果

アンケートの集計結果について、設問毎に以下に整理する。

- 1) 問2 貴社（事業所）における買い物支援サービスの提供状況についてお答えください。
（以下の選択肢のうち、現在提供しているサービス全てに○を付けて下さい。）

- 提供されている買い物支援サービスでは、イ) 配達サービス、ウ) インターネット・電話・FAX 等が多く、次いでア) 買い物代行サービスが多くなっている。
- 今回、回答があった事業者では、エ) 食料品・日用品等移動販売が行われている事例は得られなかった。
- 「その他の買い物弱者支援に関わる事業」の回答の中で、内容について具体的記述のあった3件は、全て『買い物に同行する』等、買い物を直接的にサポートする支援事業である。
- また、1件のみの回答ではあるが、以前は提供していたがやめてしまったサービスとして「御用聞き」が挙げられている。
- なお、検索時点では買い物支援サービスを提供していることを期待してアンケートを配布したが、回答のあった49事業者のうち、17事業者は「買い物支援サービスは提供していない」と回答があった。つまり、買い物支援サービスを実施している事業者としては、32事業者からの回答が寄せられたことになる。

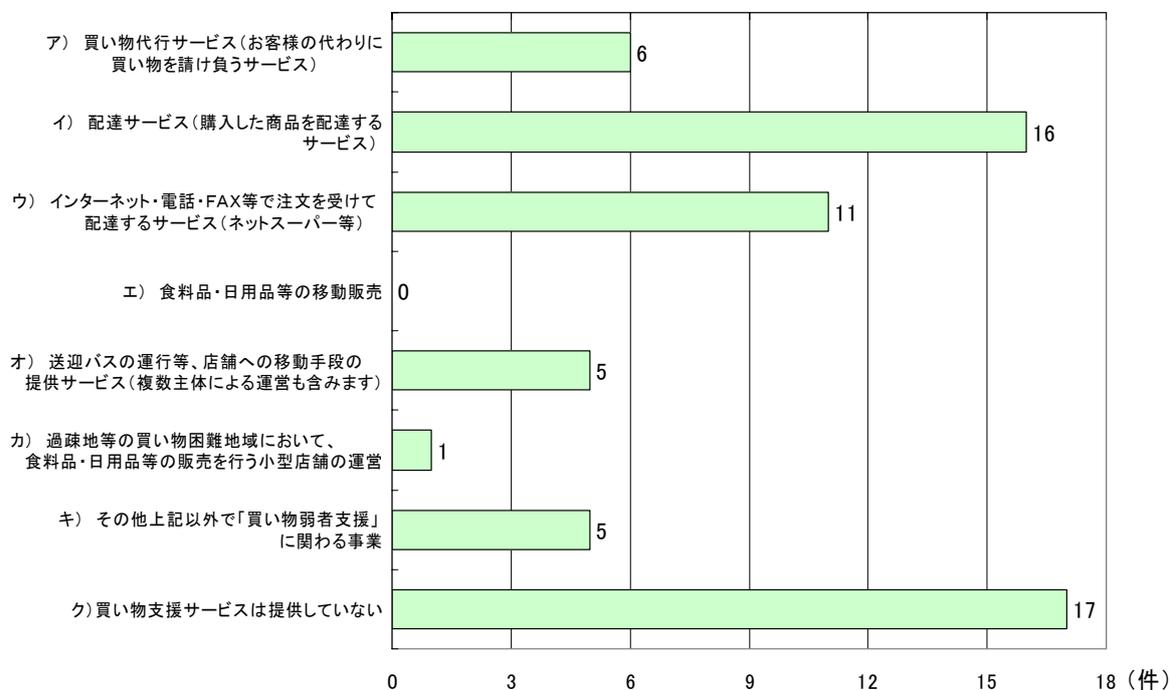


図 2.1 買物支援サービスの提供状況（複数回答）

2) 問3 貴社（事業所）において買い物支援サービスを実施するにあたり、事業立ち上げ時に苦労した点や、工夫した点があれば、下欄にご記入ください。

① 苦労した点（自由回答）

- 最も多かったのは利用者を含む関係者との調整で、無料バスの停留箇所、関係役所での手続き、利用者とのサービス内容の調整等が挙げられている。
- 次いで採算を合わせるための苦労（利益確保・人件費・価格設定等）が多い。
- サービスの周知としては、利用者が高齢者のため情報の提供に時間を要する、買い物支援以外の付帯サービスに理解を得られず価格を下げた事例等がみられる。
- その他として、人員不足、食品の安全性が証明できる商品の選択、システム構築等に苦労したという意見がみられる。

表 2.6 買い物支援サービスを実施するにあたり苦労した点

分 類	事業者数
関係者（利用者含む）との調整	6
利益確保・人件費・価格設定	5
サービスの周知	3
顧客の確保	2
特に苦労なし	2
その他	4

※自由回答として記入のあった16件をカテゴリー分類し整理（重複あり）

② 工夫した点（自由回答）

- 最も多かったのは、配送方法や梱包方法の工夫、一部業務の外部委託等でシステム化し、効率化を図る取組となっている。
- ポスティング・紹介制による周知活動や、法人が代行で行う決済などの工夫の他に、
 - 付帯サービス、地元商店との協力体制などで補助金を得た例
 - 顧客へのアンケートとフィードバックによるサービス向上などがみられる。

表 2.7 買い物支援サービスを実施するにあたり工夫した点

分 類	事業者数
システム化（配送方法・梱包・外部委託）	5
周知方法	2
決済方法	2
特になし	1
その他	4

※自由回答として記入のあった14件をカテゴリー分類し整理

3) 問4 貴社（事業所）において提供している買い物支援サービスの事業理念や、重視・工夫していること、セールスポイントなどがあれば、下欄にご記入ください。

① 買い物サービスの事業理念（自由回答）

- 被支援者の満足度向上を上げることが事業理念に挙げた事業者が最も多く、内容としては、利便性等サービスの向上、安心・安全・高品質な食品の提供等が挙げられている。
- 地域活性については、地域の係わりの中での買い物支援サービス、農家との係わりの中での買い物支援サービスが挙げられている。
- その他の例として『障害者が自分の希望で買物ができる』ことを事業理念と回答した事業者があった。

表 2.8 買い物支援サービスの事業理念

分類	事業者数
被支援者の満足度向上	14
地域活性	4
特になし	1
その他	1

※自由回答として記入のあった20件をカテゴリー分類し整理

② 重視している点・工夫している点（自由回答）

- サービス向上のために品質・利便性・価格・安全・安心などを重視・工夫した事業者が最も多かった。記述内容としては、以下のような例が挙げられている。
 - ◎食品の品質・鮮度・安全性 ◎交通の利便性
 - ◎70歳以上半額、細かい値段設定 ◎金銭の慎重な取扱い、細やかな対応、交流
- 地域活性に関連しては、買い物支援サービスに合わせて地域活性化を図るために住民参加型にした例や、地場産物PRで地域農業の発展を目指す例が挙げられている。
- 効率化については、配送の効率化を図る例が挙げられている。

表 2.9 買い物支援サービスで重視・工夫している点

分類	事業者数
サービス向上（品質・利便性・価格・安全・安心）	15
地域活性	2
効率化	2
その他	3

※自由回答として記入のあった20件をカテゴリー分類し整理（重複あり）

③ セールスポイント・その他（自由回答）

- セールスポイントとして品質を挙げた事業者が最も多い結果となっている。内訳としては、鮮度・産地など商品の品質と、商品の安全な配送方法やおもてなしの心などのサービス面での品質が挙げられている。
- 次いで、被支援者の安心を得る取組をセールスポイントとする事業者が多い。
- 全国の買い物支援サービス事例等においても付随的効果として挙げられている、高齢者等の安否確認をセールスポイントに挙げている事業者が2件あった。
- 他には、多様なニーズへの対応、エレベーターがない住宅への配達などの利便性、商品の品揃え、価格（配送料無料）等がセールスポイントとして挙げられている。

表 2.10 買い物支援サービスのセールスポイント

分 類	事業者数
品質（商品・サービス）	6
被支援者の安心	4
利便性	3
品揃え	2
安否確認	2
価格	1

※自由回答として記入のあった13件をカテゴリー分類し整理（重複あり）

4) 問5 貴社（事業所）において提供している買い物支援サービスの事業状況について、お答えください。（あてはまるいずれかに○を付けた上で、理由として考えられることをご記入ください。） ※「買い物支援サービスを実施していない」と回答のあった事業者を除外して集計

① 買い物支援サービスはうまくいっているか

- 何らかの買い物支援サービスを実施していると回答のあった事業者のうち、うまくいっていると感じている事業者が約35%と、うまくいっていないと感じている事業者よりも多い結果となっている。
- 一方、どちらともいえないと答えた事業者もうまくいっていると回答している事業者と同数存在している。

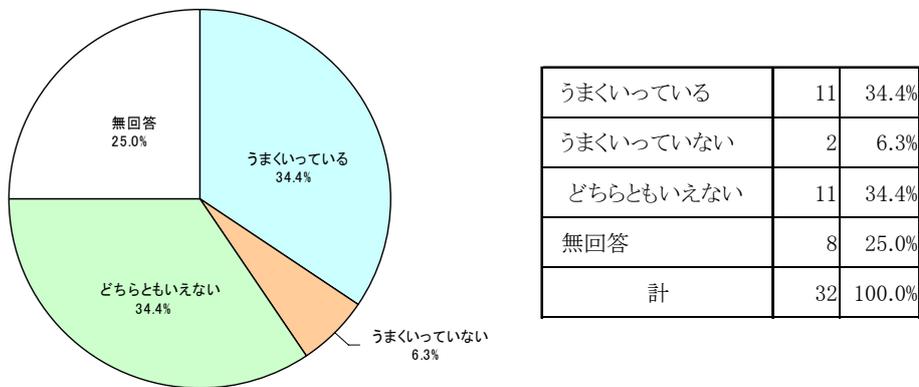


図 2.2 買い物支援サービスはうまくいっているか

② うまくいっている理由（自由回答）

- うまくいっている理由を分類毎に見ると、サービス面、システム面が多くなっている（同数）。
 - ◎サービス面での理由
 - ・利用者のニーズ反映 ・同じ担当者が担当 ・利便性 等
 - ◎システム面での理由
 - ・支払方法 ・本来業務のノウハウ活用 ・支援、被支援者が会員同士 等
- その他の理由としては、利用者の口コミによる顧客拡大等が挙げられている。

表 2.11 買い物支援サービスがうまくいっている理由

分類	事業者数
サービス面	8
システム面	8
その他	3

※自由回答として記入のあった17件をカテゴリー分類し整理（重複あり）

③ うまくいっていない理由（自由回答）

- うまくいっていない理由を分類毎に見ると、サービス面・システム面が多くなっている（同数）。
- ◎サービス面での理由
- ・サービス時間の制約 ・品揃え、配達時間で希望に添えない 等
- ◎システム面での理由
- ・採算性 ・人員確保 ・自動引き落としを嫌がられる 等
- サービス周知では以下の理由が挙げられている。
- ・拡充したサービスがまだ広まっていない ・システムが理解されにくい

表 2.12 買い物支援サービスがうまくいっていない理由

分 類	事業者数
サービス面	4
システム面	4
サービス周知	2
その他	2

※自由回答として記入のあった 11 件をカテゴリー分類し整理（重複あり）

5) 問 6 貴社（事業所）において提供している買い物支援サービスに関連して、利用している（または過去に利用した）支援制度や補助金等があれば、その内容について下表にご記入ください。

- 制度・補助金は、中央省庁、財団法人千葉県産業振興センター、独立行政法人中小企業基盤整備機構など、公的な機関に申請して助成金を得る場合が多い。
- 自治体からの業務委託の形で補助を受けている事業者もあった。
- また、障害者の買い物支援の場合、資金補助ではなく「地域生活支援事業」のような公的支援事業を活用している例がある。
- 補助の内容としては、事業資金の調達、サービスに対する補助（利用者の負担軽減）、システムの開発等が挙げられている。

表 2.13 買い物支援サービスに関連して利用した支援制度・補助金等

①制度・補助金等の名称	②制度・補助の具体的内容
◎ ちば中小企業元気づくり基金	システムの開発
◎ 経営革新計画認定	システムの開発
◎ 配食サービスにおける料金補助	一部の自治体からの委託
◎ 地域生活支援事業	移動支援
◎ 経済産業省 市民ベンチャー事業	コミュニティビジネスの立ち上げ支援
◎ 経営革新認定	資金調達
◎ 中小企業基盤整備	融資制度

6) 問7 貴社(事業所)において買い物支援サービス事業を展開する上で同業他社(事業所)、異業種や地元等との連携の可能性についてお答え下さい。(以下の選択肢のうち、あてはまるもの全てに○を付け、具体的に考えられる連携内容について具体的にご記入ください。) ※「買い物支援サービスを実施していない」と回答のあった事業者を除外して集計

- 何らかの買い物支援サービスを実施していると回答のあった事業者のうち、約4割が同業他社、あるいは異業種や地元等との連携の可能性があると認識している。
- また、うち2件(6.3%)は同業種・異業種両者との連携の可能性を認識している。

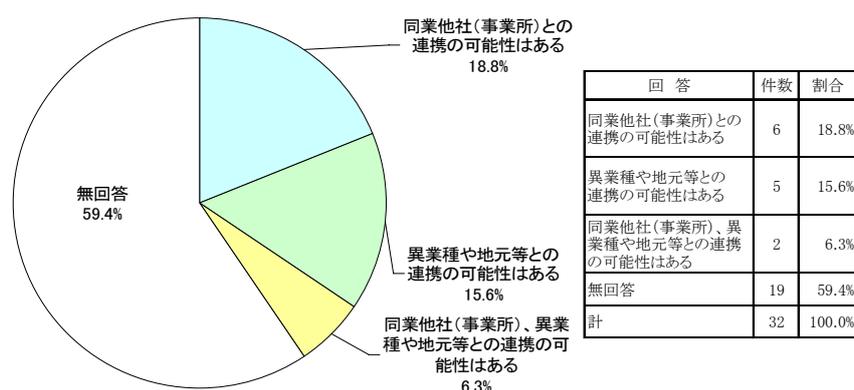


図 2.3 同業種・異業種との連携の可能性

○連携内容

- 同業他社との連携内容としては、小口の配送を互いにやりくりする、配送部分を業務委託、商品受け渡しの委託などのサービス内容での連携、商品の調達や地元農家との連携など商品の仕入れでの連携、サービス内容の情報提供による広告・宣伝での連携等が挙げられている。
- 異業種間では、同業他社と同様の配送や仕入れでの連携等に加え、交通手段の提供面での連携も挙げられている。
- いずれの場合も、人員、時間、取扱い量などの面で自社のみでは採算ベースにのせられない部分を、外部委託あるいは相互扶助の形で効率化を図る内容となっている。

表 2.14 同業他社(事業所)および、異業種や地元等との具体的連携内容

同業他社(事業所)	異業種や地元等
◎ 配送を外部委託	◎ 物流業者
◎ サービス内容の情報提供	◎ 食品・商品加工業者
◎ 宅配事業者に定期集配を依頼	◎ 中小企業庁認可の奉仕会協同組合を通じて
◎ 生協と地域商店の協力体制	◎ 葬祭関係業者と連携
◎ 小量の配達物のやりくり	◎ スポットでの提供時
◎ 商品の調達	◎ 商業施設へバス停設置および乗り入れ
◎ 地元農家	◎ 運送会社と連携

7) 問8 買い物支援サービス事業を展開する上での行政等に対する要望についてお答え下さい。(以下の選択肢のうち、あてはまるもの全てに○を付けて下さい。)

- 補助金制度を希望する事業者が17件と最も多く、何らかの買い物支援サービスを提供している事業者(32事業者)の半数以上を占めている。
- 次いで住民ニーズ情報の提供が多く挙げられており、事業を展開する上で、住民ニーズ情報の提供を希望している事業者が多く存在する結果となっている。
- その他、事例の紹介、マニュアルの配布等、情報提供にかかわる要望が多くなっており、買い物支援サービスを提供する上で、様々な情報が不足していることがうかがえる結果となっている。

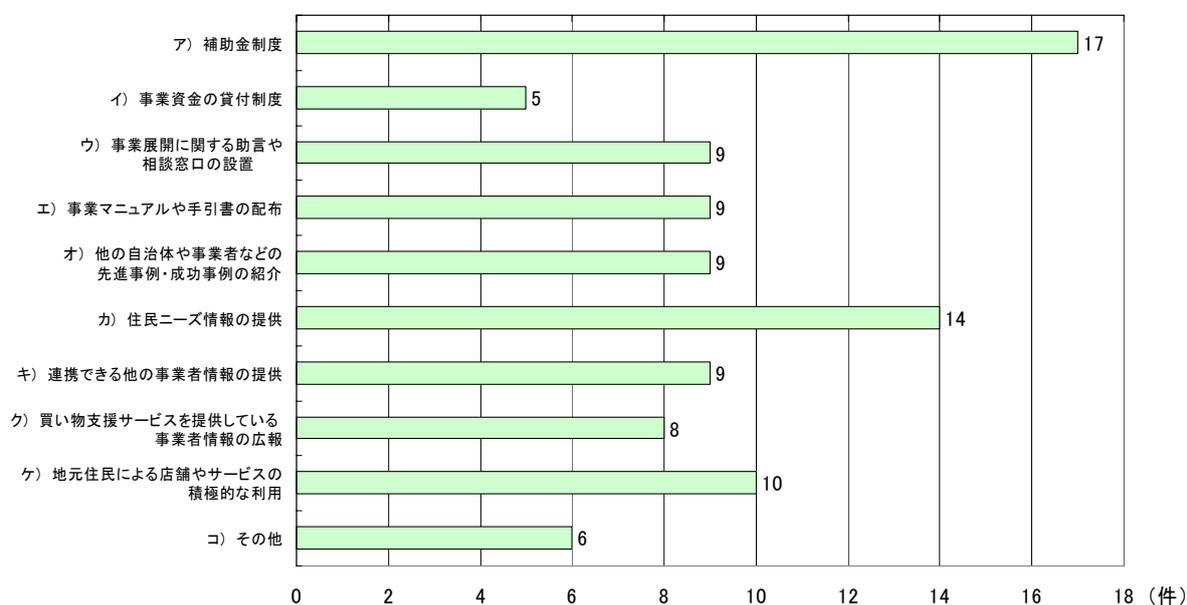


図 2.4 行政への要望(複数回答)

8) 問9 買い物支援サービス、買い物弱者支援策等について、ご意見があれば自由にご記入ください。

- 合計で21事業者から自由意見が寄せられた。
- 複数の事業者から挙げた意見としては、住民ニーズや事業者連携に関する情報提供に関する要望や、事業採算性の確保が難しいといった意見が見られた。
- 情報提供に関しては、上記「問8」の結果と合わせて考えると、行政支援の今後のあり方を検討する上で、参考になる意見と考えられる。事業採算性の確保に関しても、住民ニーズを含めた様々な情報提供によってクリアできる面も存在すると考えられることから、「情報提供」は買い物支援サービスの今後の展開において重要なポイントになるといえる。

2.2 ヒアリング調査

上記のアンケート集計・分析結果を踏まえ、今後の買い物弱者支援策の検討に対して有益な情報が得られると考えられる事業者をヒアリング対象事業者として抽出し、以下の5事業者を対象として、訪問・面談方式でヒアリングを実施した。

表 2.15 ヒアリング対象事業者

NO.	事業者名	業 種	ヒアリング実施日
1	生活共同組合ちばコープ	生活協同組合	平成 23 年 3 月 23 日
2	NPO 法人 むらかみ・ゆうあい	NPO 法人	平成 23 年 3 月 14 日
3	タイヘイ株式会社	民間事業者	平成 23 年 3 月 23 日
4	社会福祉法人 佐倉市社会福祉協議会	社会福祉協議会	平成 23 年 3 月 22 日
5	NPO 法人ちば地域再生リサーチ	NPO 法人	平成 23 年 3 月 22 日

次頁以降に各事業者のヒアリング結果を整理する。

2.2.1 生活協同組合ちばコープ

(1) ヒアリング対象事業者の概要

表 2.16 ヒアリング対象事業者の概要

事業者名	生活協同組合ちばコープ
所在地	千葉市若葉区桜木北2丁目26番30号
代表者	理事長 田井修司
経営形態	生活協同組合
設立	1949年10月
職員数	1013人（出資金 2010年3月現在）
事業規模	年間売上高 852億8865万円
HPアドレス	http://chiba.coopnet.or.jp/

(2) 設立の目的・経緯

- 一人ひとりの消費者がくらしのさまざまな願いを協同し、たすけあいながら実現してゆく消費者の組織として設立。

(3) 活動概要

- 宅配事業 食品雑貨（県内全域宅配センター25事業所）
- 宅配事業 お弁当、おかずの夕食宅配（地域限定9市区・5日単位・宅配手数料無料）
 - ・5日間単位の献立で栄養バランス（低塩分・低カロリー）を管理（専門栄養士）
 - ・5日間単位の事前予約で計画的な食材仕入による低価格提供

(4) 問題点・課題、今後の方向性

- 宅配事業（夕食用弁当）について
 - ・当初、なかなか利用者が増えず（400食から減）、理由としては、市川市周辺という、「選択肢」のある地域性で競合もあり、味や好み、暮らしのスタイルに合わせる事が難しかったことが考えられる。
 - ・味の改良なども重ね、現在は、600～700食で増加しつつある。
 - ・基本的には、一度、事業を黒字にできる形にし、その後、エリアを広げることとなるが、「必要性」が高いと考えられる過疎地域での展開は、事業採算の面から考えると難しい。生活協同組合であるので利益は二次的なものではあるが、事業継続の視点から難しいところがある。
 - ・一口に「高齢者」といってもさまざまな方がいらっしゃり、ニーズが違うためニーズの把握や、周知のためのコストが非常にかかる。
- UR、民間ディベロッパーなど、地域活性化の必要性を感じている事業者とは協力調整が重要と考えている。

(5) 行政への要望事項等

- ニーズをもっている方との「つなぎ」の仕組み構築を行政に期待する（個別訪問によるチラシ配布等、コストがかかることが多く、ニーズを持っている方とのつながが必要）。
- ハードの部分は補助が必要だと思う。
 - ・さいたまコープでは経済産業省の補助をうけ、団地内のコミュニティスペースを借りて運営しているが、家賃、改装費の負担、宅配手数料減等の理由から採算は厳しい。

<http://saitama.coopnet.or.jp/g-info/archives/008126.php>

- ・ひたちなかでは生協店舗が撤退を検討した際、家賃を減免してもらい、住民ボランティアが売り場を立ち上げ、コミュニティ作りに取り組んでいる例もある。ハードの部分の補助があれば、住民等の力でやっていける部分もあるのではないかと。ちばコープでは組合員による人のつながりはできるが、ハードのコスト等は民間事業者だけでは負担が大きい。

<http://www.socialbusiness.jp/case/000066.html>

- 買い物弱者支援という限定したものではなく、少子高齢化・地域活性化等、包括的な視点での支援が必要ではないか。市町村の将来設計がありそれに対する補助であるべき。
- コープでは、配達時に安否確認も行っているが、
 - ・倒れている人を発見し救急車を呼ぶことはできる。しかし、その後、助かったのか親戚等へ連絡がついたのかなどの通報側への安心情報のフィードバックがない場合がある。
 - ・応答がなく鍵は開いている等、中で人が倒れている可能性があるような場面で、窓口がないことや個人情報の問題で受け取ってもらえない自治体もある
 - ・千葉市の場合、安心生活モデル事業を進めている幸町団地等では、社会福祉士を常駐させた相談所を設置し、そこが民間事業者や地域の方からの通報を受ける窓口として発足した。
 - ・鴨川市の場合、福祉課等に連絡すると柔軟に対応してもらえる。
 - ・民間事業者や地域の方が異変に近い状態を発見したら、各自治体は通報を受け止めるように個人情報管理への考え方の整理や先進的な自治体の進め方を広めるなどをお願いしたい。

2.2.2 NPO法人 むらかみ・ゆうあい

(1) ヒアリング対象事業者の概要

表 2.17 ヒアリング対象事業者の概要

事業者名	NPO法人 むらかみ・ゆうあい
所在地	八千代市村上団地 1-34-1003
代表者	田中 喜和
経営形態	NPO法人
設立	平成 22 年 10 月 12 日
職員数	10 人
事業規模	八千代市
HP アドレス	-

(2) 設立の目的・経緯

- 高齢者や障害者の方々が気軽に集える憩いの場を目的とした『たまり場』を設置して、安心・安全が実感できる豊かな高齢者社会の構築及び高齢者による、商店街の活性化を目指す。

(3) 活動概要

- 障害者及び高齢者が自由に集えるたまり場の設置運営
- 障害者及び高齢者の病院や買い物等への送迎輸送
- 高齢者の福祉に関わるボランティア活動支援
- 平成 23 年 2 月 14 日に、自家用有償旅客運送者登録証を受け、八千代市を中心に病院や買い物等の移動手段の提供サービス開始予定。

(4) 問題点・課題、今後の方向性

- 自家用有償旅客運送者登録の許認可を受けたが、市に登録して許可を受けた身障を持った方や介護認定を受けた方しか送迎できない。
- 助成金の申し込み期間が限られている。

(5) 行政への要望事項等

- 補助金や貸付金の申請条件を緩和して欲しい。
- 事業を展開するためには買い物弱者の方が参加できる「場」が必要であり、行政や公団の支援が必要である。
- NPO法人立ち上げのマニュアルなどもあったほうがよい。

2.2.3 タイハイ株式会社

(1) ヒアリング対象事業者の概要

表 2.18 ヒアリング対象事業者の概要

事業者名	タイハイ 株式会社
所在地	千葉県匝瑳市八日市場イ 2614 (本社)
代表者	太田喜重 (会長)、折原秀則 (社長)
経営形態	民間事業者
設立	明治 13 年 2 月 (味噌・醤油醸造業として)
職員数	2,341 名
事業規模	地区本部/11ヶ所、工場/24ヶ所 営業所・出張所/220ヶ所
HP アドレス	http://www.taiheig.co.jp/

(2) 設立の目的・経緯

- 昭和 47 年、核家族に向けた献立を決めた食材を配送するサービスを開始。
- 郊外の新興住宅地において商店等の進出が間に合わずまた、核家族化、共働き化により商店街の開店時間内の買い物が難しくなり、買い物に不自由する家庭が増えた。それを受け、献立を決めた食材配送業務を開始 (業界初)。
- 平成 9 年から調理済みの商品の宅配食を開始 (冷凍・冷蔵のお弁当、おかず) (業界初)。

(3) 活動概要

- 献立を決めた食材、調理済みお弁当の宅配 (全国展開)。
- 自治体の委託による高齢者等への宅配食 (自治体から利用者への料金補助)。
- 当初、20, 30 代の利用者が多かった (現在はご年配の利用者が増えつつある)。
- ひとつのエリアは同じ担当者が配達するため、利用者に安心感を与えられる。

(4) 問題点・課題、今後の方向性

- 法人向け、個人向けがあり全体として採算が合うが、個人向け宅配食単体では厳しいのが現状。
- サービス開始当初と比べ、周辺環境は厳しくなりつつある (人件費、燃料費の高騰、需要が散在し宅配が非効率、小売店舗の多様化、同業者増加)。
- 「食事療食用宅配食品等栄養指針」に則った宅配食による食事療法を開始。
- 価格を抑えた商品の提供。

(5) 行政への要望事項等

- 需要がどこに、どの程度あるのか、民間事業者で情報を得るのは非常に難しく、補助金よりもそうした側面の行政の橋渡しが必要である。
- 当社としては協力関係が上手く築ければ NPO 法人や他の事業者との連携は有り得るが、そのきっかけ作りは行政側によってこそスムーズに行うことができる。

2.2.4 社会福祉法人佐倉市社会福祉協議会

(1) ヒアリング対象事業者の概要

表 2.19 ヒアリング対象事業者の概要

事業者名	社会福祉法人佐倉市社会福祉協議会
所在地	佐倉市海隣寺町 87 社会福祉センター2F
代表者	—
経営形態	社会福祉協議会
設立	平成 17 年 10 月
職員数	—
事業規模	佐倉市、隣接市町村
HP アドレス	http://www.sakurashakyo.or.jp/index.htm

(2) 設立の目的・経緯

- 単独で公共交通機関を利用することが困難な方を利用会員とした福祉有償運送（移動サービス）を開始。
- 運行圏域は佐倉市内あるいは隣接市町村で、買い物支援のほか、病院への通院や外出支援での利用も可能。
- 移動サービスは5年前に開始。

(3) 活動概要

- 地域福祉を推進するために地区社協活動の推進・支援。
- ボランティア・市民活動の推進活動支援。
- 日常生活自立支援事業。
- 福祉貸付（生活福祉資金貸付・善意銀行小口貸付）。
- 指定管理（地域福祉センター、市民公益活動サポートセンターの管理・運営）。
- 在宅福祉サービス（食事サービス、ホームヘルプサービス、訪問介護事業、居宅介護支援事業、奨学福祉事業、福祉機器の貸出 等）。
- 移動サービス登録は60名、うち33名が利用。
- 12月26運行、1月22運行、2月20運行。
- 基本料金1500円に加え、距離・介護料を加算。
- 身障者、介護認定を受けた方しか利用できない。

(4) 問題点・課題、今後の方向性

- ニーズはあると思うが、事業採算が合わない。
- 当初、買い物や、花見、美術鑑賞等もやりたいと思っていたが、本人よりも同居する家族の意向により、それよりまずは通院という、必要最低限のことが優先されている。
- 事業立ち上げのための負担や規制等が大きい。

※佐倉市ではそうしたことはないが、タクシー・バス会社等が、競合だとみなしているところもあると聞いている。

- 利用者が身障者、介護認定を受けた方だけに限られることもあり、料金も上げられず、採算性が合わない。
- ボランティアの方が主体であるため、時間の制限が大きい（早朝、17時以降の対応ができない）。
- ボランティアの方が、いわゆる団塊の世代であり、高齢化が不安材料である。

(5) 行政への要望事項等

- 補助金。
- 今回のように、アンケート等で実態調査をし、それを活かして欲しい。
- 県内で、こうした事業をやっている事業者がどれくらいいるのか、知りたい。
- 県の呼びかけで、意見交換会等も実施して欲しい。成功事例はなかなかないと思うが、各団体のこだわり等も話し合えるのではないかと。

2.2.5 NPO 法人 ちば地域再生リサーチ

(1) ヒアリング対象事業者の概要

表 2.20 ヒアリング対象事業者の概要

事業者名	NPO 法人 ちば地域再生リサーチ
所在地	千葉市美浜区高洲 2-3-14
代表者	服部 岑生
経営形態	NPO 法人
設立	2003 年 8 月
職員数	会員数 10 名
事業規模	千葉・海浜ニュータウン
HP アドレス	http://cr3.jp/

(2) 設立の目的・経緯

- ニュータウン、団地の包括的活性化のための計画立案と同時に、地元密着の組織が必要と NPO を設立。その後、経済産業省の市民ベンチャー事業の補助を受け事業を立ち上げた。
- 当初より、①宅配、②リフォーム、③安否確認を、事業目的の柱としている。

(3) 活動概要

- ボランティアではなく、有償が基本。
- 団地の包括的活性化を目的としている。
- 宅配は事業の一部であり、採算は合っていない。
- 代済商品宅配サービスが基本。一部、常連の方は、「いつもの」商品の買出し、買い物代行も実施している。
- 当初、200 円/回でサービスを始めたが、利用者がなく、現在は 50 円/回。買い物代行は 300 円/回。
- スーパーからは、50 円/袋を得ている。

(4) 問題点・課題、今後の方向性

- 宅配サービスは採算がまったく合わない。
- 当初、安否確認、宅配サービス等を実施するために、①携帯電話によるメール発信、②代済商品の搬送、③花を月に 1 回送る、等を考えたが、利用者がなかった。
- 団地に住まう方そのものは比較的購買力が低く、安否確認の想定する客層は離れて暮らす子世代になるが、そこへ向けての宣伝、情報発信の手段がない。
- 経済産業省「平成 22 年度地域商業活性化補助金（買い物弱者対策支援事業）」の採択事業ともなっている。

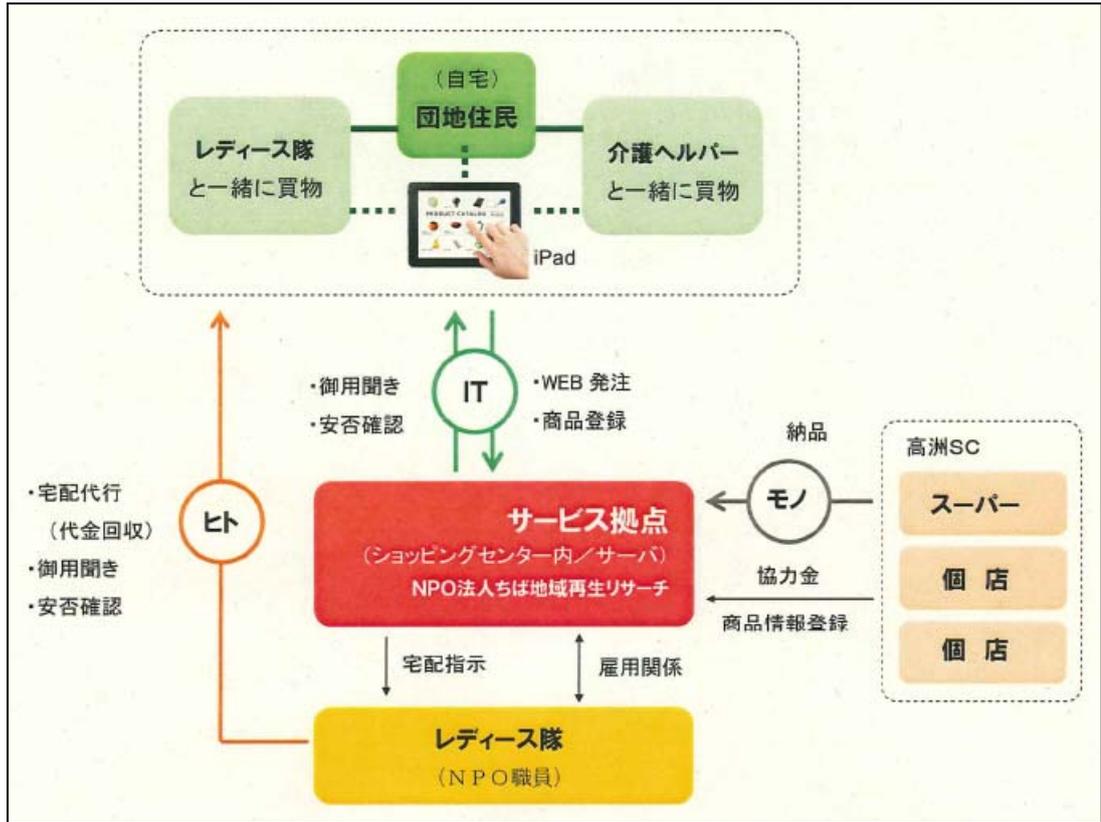


図 2.5 平成 22 年度地域商業活性化補助金（買い物弱者対策支援事業）採択事業の概要

(5) 行政への要望事項等

- 補助金。
- 団地内には、他にも NPO や支援組織はあるが、事業方針や経営基盤等の観点から、連携しても現時点では Win-Win の関係にはなりにくいと思われる。
- 他のうまくいっている事例があれば知りたい。

2.2.6 ヒアリング調査結果のまとめ及び今後の課題

(1) ヒアリング調査結果のまとめ

今回5つの事業者を対象に実施したヒアリング結果を整理すると、概ね以下の通りである。

① 買い物支援サービスの実施状況

- 買い物弱者を対象とした配送、宅配等のみを実施している事業者はなく、福祉や地域活性化、宅配事業を目的とした事業者が、その一環として実施している場合がほとんどである。

② 買い物支援サービスの課題

- ヒアリングを実施した事業者に共通した問題点は、配送、宅配等の事業の採算性が合っていないということであった。

③ 行政に対する要望等

- 支援制度・補助金については、多くの事業者が現在利用しており、今後も利用したいと考えている。
- 活動の場としての「ハード面」での支援を求める意見が複数あった。
- 提供するサービスの需要がどこにあるのかという情報提供を行政に求める意見が複数あった。
- 他事業者との連携については、なんらか希望している事業者が多く、買い物支援、CBという定義そのものが曖昧であり、そうした事業者同士をつなぐ仕組みづくりを行政に求める意見が複数あった。
- 支援制度・補助金について、期間が限定されている点について改善を求める意見、マニュアル等の配布を求める意見があった。
- 自家用有償旅客運送者登録の許認可をとった場合、サービスの対象が障害を持った方、介護認定を受けた方に限られる点の緩和を求める意見が複数あった。

(2) 今後の課題

上記のヒアリング結果のまとめに加え、事業者アンケート結果も踏まえ、特に行政の立場から見た今後の課題として考えられる事項を以下に整理する。

<行政に求められている課題>

- 住民ニーズ情報、関連事業者情報等、買い物支援サービスを既に展開している事業者、今後展開しようとしている事業者が必要としている情報の提供
- 供給者（事業者）と需要者（住民）、あるいは、事業者同士（連携）をつなぐ仕組みづくりや活動の場の提供
- 事業採算性を確保する上で、実施可能かつ効果的な行政支援のあり方検討